

CONSCIÈNCIA D'ARA
Cada dijous i la setmana que ve: **Owen Barfield: pensar i cantar el món**

Estils

DÍDAC P. LAGARRIGA
BARCELONA

Quantitat o qualitat? En un món cada vegada més marcat per les xifres i en què els indicadors manen, en què el nombre de seguidors, d'audiència i d'assistents semblen modelar el contingut de les propostes, qualsevol servei ofert a la comunitat té molt en compte aquestes xifres, més enllà de la finalitat comercial per a la qual haurien de servir. En el fet religiós, la paradoxa és mil·lenària: els nuclis que funden una nova tradició religiosa solen ser molt minoritaris, però amb el temps s'escampa. Aquest nucli primer continua sent molt important, però sovint les institucions fundades a partir d'aquest primer grup obliden que va ser la qualitat, i no la quantitat, la que va fer substancial el missatge. Malgrat això, l'afany de conquerir nous públics –nous mercats– no es pot dissociar de l'afany de poder. En una societat global cada vegada més mercantilitzada, qui no té clients no existeix.

Exemples d'èxit
Va començar per estudiar el fenomen de les megaesglésies populars dels EUA

El capellà nord-americà Michael White probablement no era conscient de com afecten les xifres de públic en un àmbit com el religiós. Fa quinze anys va començar a exercir en una parròquia a Maryland. “Em va sorprendre que no anés gaire bé –explica White– pel que fa a l'assistència. Això em va preocupar molt. Es pot dir que va ser llavors quan vaig començar el projecte que anomeno de reconstrucció”.

White, que fa unes setmanes va estar per primera vegada a Barcelona, on va participar en el III Simposi Internacional Reforma i Reformes en l'Església, organitzat per l'Ateneu Universitari Sant Pacià, ho explica amb humilitat, conscient que no hi ha cap solució miraculosa, però alhora sense oblidar que la seva experiència pot ajudar a millorar la presència de l'Església en el conjunt de la societat. “Cada pastor és l'expert de la seva parròquia i ha de fer la seva anàlisi i després podrà aplicar les nostres estratègies o moltes altres per fer-la créixer”.

Buscar fora

Els seus consells els va recollir al llibre *Rebuilt* (publicat als Estats Units també en castellà per arribar a les comunitats llatines sota el títol *La reconstrucció de una parroquia*), escrit conjuntament amb el seu col·laborador Tom Corcoran i en què ofereix eines útils per augmentar aquesta assistència. No són estratègies pensades en un dia, com explica el mateix White: “Hem trigat molts anys. Els primers cinc van ser per negar els nostres problemes.

Quan les parròquies busquen audiència

El capellà Michael White proposa noves estratègies per fer créixer l'assistència a les parròquies catòliques



El capella nord-americà Michael White en la seva visita recent a Barcelona.

MANOLO GARCIA

Tot i que els vàiem, no els volíem acceptar. Després vam estar cinc anys més estudiant altres projectes d'èxit, tant en el camp de la fe com en el dels negocis. Vam començar per estudiar les megaesglésies més populars dels Estats Units, com la de Saddleback, a Califòrnia, o la de North Point, a Geòrgia”. Aquestes esglésies, totes dues evangèliques, tenen una assistència mitjana d'entre 25.000 i 40.000 fidels, fet que les converteix en un model inspirador.

tot i que White també és conscient dels riscos: “Puc entendre que el moviment de les megaesglésies no sigui sempre una cosa que hagi d'imitar l'Església catòlica. És cert que hi ha excessos o se salten passos, però igualment hem d'aprendre molt d'elles. Hi ha una visió molt cínica entre el sector més conservador de l'Església segons la qual quan tens èxit ets sospitós, perquè segur que estàs fent alguna cosa malament i en algun punt deus estar des-

obeint les normes, ja que si ho fessis tot correctament tindries tan poc èxit com nosaltres... Rebem moltes crítiques del sector catòlic més conservador, un fet que resulta paradoxal, ja que em considero també molt conservador i ortodox en termes teològics i de litúrgia. Senzillament hem adaptat algunes estratègies que no ataquen l'ortodòxia, sinó que es fixen en la seva aplicació pràctica”. White insisteix que, en primer lloc, cal fer autocrítica: “El principal problema de moltes parròquies –i parlo dels Estats Units, però crec que és generalitzat– és que ens hem quedat allà on èrem fa cinquanta anys. No volem reconèixer que tenim un problema i que, per tant, hem de fer les coses de manera diferent. El 95% de les parròquies dels Estats Units estan en declivi en termes d'assistència. ¿Aquesta dada no ens ha de fer reaccionar? La definició d'estupidesa és continuar fent el mateix de sempre esperant resultats diferents”, conclou. En aquella segona etapa de reconstrucció, també es van acostar al món empresarial, en especial a Patrick Lencioni, considerat un dels gurus nord-americans de la gestió empresarial. “El primer que vam entendre és que no ens havíem d'adreçar a la gent que ja venia, sinó a la que encara no venia. Una estratègia bàsica per fer-ho va ser amb la transmissió del missatge, l'ús de la música, l'hospitalitat –com tractar les persones que entren– i formar els fidels perquè comuniquessin el missatge, per exemple perquè convidessin els que no tenien l'hàbit d'anar a l'Església”.

El repte dels joves

Amb aquestes estratègies, White no només ha aconseguit que la seva parròquia tripliqui l'assistència, sinó que també ha generat una xarxa de parròquies (actualment unes dues-centes cinquanta) als Estats Units i el Canadà que treballen en aquesta línia. El sector més difícil de conquerir? “Sense dubte els joves, fins i tot aquells que han crescut a l'Església i han anat a escoles catòliques”, respon White, que afegeix: “La crisi d'assistència va ser molt abans dels escàndols dels abusos, i aquests escàndols no han fet res més que accelerar-la”.

Tornar a recuperar la confiança, créixer en fidels i donar un veritable suport a la societat són els grans reptes de l'Església. “Estem competint amb tot, la cultura, les escoles, els programes esportius... L'època en què l'Església era al centre de la comunitat ja ha passat. Per exemple, abans no hi havia cap oferta els diumenges al matí, perquè es respectava el temps d'anar a missa, però això ja no és així i ho hem d'acceptar i acomodar-nos-hi. Per què hauria de triar anar a l'església un diumenge al matí? Això ja no és un valor comú com ho era per a les generacions anteriors. Avui ningú es fa aquesta pregunta, però nosaltres podem respondre-la igualment: perquè afegim un valor a la teva vida”, conclou White. —



SUSPEN LA GIRA Després d'haver patit un ictus a mitjans de març, Jorge Javier Vázquez haurà de suspendre la seva gira teatral per prescripció mèdica, tal com ha publicat *Semana*.

Gent

TEXT:
JOAN CALLARISSA

Messi compra un hotel a Mallorca

MiM Hotels, la cadena hotelera propietat del jugador blaugrana **Leo Messi**, ha ampliat la seva cartera amb l'adquisició d'un establiment a Mallorca, el tercer del grup. Es tracta de l'Hotel Fona Mallorca, situat a la localitat de s'Illot, a primera línia de mar i a 50 metres de la platja de sa Coma.

L'establiment consta de 98 habitacions, així com un 'spa', un gimnàs, dues piscines i un bar-restaurant de cuina mediterrània amb vistes al mar, segons ha informat aquest dimecres la companyia del futbolista argentí, que compta actualment amb dos hotels: un a Sitges i un a Eivissa, gestionats tots dos per Majestic Hotel Group. El grup empenirà una reforma integral de l'edifici per a la temporada 2020, després

d'haver efectuat una primera fase d'obres que ha consistit en la remodelació dels lavabos.

Durant aquesta temporada, l'establiment opererà sota la marca Hotel Fona Mallorca i serà el 2020, un cop remodelat íntegrament, quan reobrirà com a Hotel MiM Fona Mallorca. La compra-

venda ha estat confirmada per l'anterior propietari de l'hotel. “No hi ha cap dubte que la imatge de Messi té ganxo a nivell internacional i que això beneficiarà s'Illot i Mallorca en matèria de promoció. Es tracta d'una bona operació, tant a nivell personal com per a l'illa”, ha explicat l'empresari respecte a l'hotel, que es preveu que pugui de rang fins a les quatre estrelles superiors o les cinc després de la reforma. —



Donal Trump Jr., de caça per Sòria

Donald Trump Jr. va tornar la setmana passada a Espanya per tercer cop per sortir de caça, tal com informa el diari *Abc*. Aquesta vegada ho feia en companyia del seu fill, el tercer Donald de la família, de només 10 anys. Pare i fill es van desplaçar fins Sòria escortats per 15 membres del personal de seguretat de l'ambaixada americana a la capital espanyola. A l'hotel on es van allotjar hi van reservar totes les habitacions, també per seguretat. En les anteriors ocasions va estar caçant a Àvila i Terol. En aquesta, a Sòria, ha gaudit, no només de la caça, sinó també de la neu, com ell mateix ha explicat: “Gran cap de setmana amb el meu home. Gaudint de l'última neu d'aquest hivern mentre puguem”. —